mediametrie

Levallois, le 30 juin 2006

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Mai 2006

Record d'audience pour le site impots.gouv.fr : 6 569 000 internautes français l'ont consulté en mai 2006

Evolution de la population internaute

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet – Mai 2006 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En Mai 2006, 26 491 000 Français âgés de 11 ans et plus se sont connectés à Internet au cours du dernier mois, soit plus de la moitié (50,7%) de la population âgée de 11 ans et plus. La population internaute a progressé de 7 % en un an de mai 2005 à mai 2006.

	Mai 2006	Mai 2005	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion	**26 491 000** **Soit 50,7% des Français**	24 801 000 soit 47,9% des Français	+ 7%

La population internaute connectée à domicile en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet – Mai 2006 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

16 809 000 internautes sont connectés à domicile en haut débit, soit plus de 8 internautes sur 10 (85,3%).
En un an, le nombre d'internautes connectés en haut débit à domicile a augmenté de 4 740 000 Français, soit une progression de 39%.

	Mai 2006	Mai 2005	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile **via une connexion haut débit (câble ou ADSL)** au cours du dernier mois	**16 809 000** **soit 85,3% des internautes domicile**	12 069 000 soit 71,6% des internautes domicile	+ 39%

Evolution de l'équipement multimédia des Français

**Source : Médiamétrie / GfK – La Référence des Equipements Multimédias – 1er Trimestre 2006 –
Copyright Médiamétrie et GfK– Tous droits réservés**

Plus de la moitié des foyers français (50,6%) sont désormais équipés d'un micro-ordinateur. Avec 1 273 000 foyers supplémentaires, en un an, le nombre de foyers équipés a augmenté de 11%.

Au 1er trimestre 2006, plus de 9,9 millions de foyers ont accès à Internet ce qui représente près de 4 foyers sur 10 (38,8%) contre 31,7% des foyers au 1er trimestre 2005. Avec 1 889 000 foyers supplémentaires en un an, le nombre de foyers équipés a augmenté de 23,5 %.

	1er trimestre 2006	**4ème trimestre 2005**	**1er trimestre 2005**
Nombre de foyers équipés d'un micro-ordinateur	**12 914 000** **soit 50,6 % des foyers**	12 425 000 soit 49,1 % des foyers	11 641 000 soit 46 % des foyers
Nombre de foyers ayant accès à Internet	**9 911 000** **soit 38,8 % des foyers**	9 532 000 soit 37,7 % des foyers	8 022 000 soit 31,7 % des foyers

Le temps passé par visiteur unique(2) sur le web
Applications Internet exclues(3)

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Mai 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

En Mai 2006, le temps passé sur le web par visiteur unique à domicile et/ou sur le lieu de travail est de 22h46mn contre 20h57mn en avril 2006 et 19h30mn en Mai 2005.

Le temps passé a augmenté de 3h16mn depuis un an.

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Mai 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Le Top 30 des sites les plus visités en France
Applications Internet exclues(3)

Le site impots.gouv.fr est le 11ème site français consulté au mois de mai 2006. Près de 6,6 millions d'internautes français sont venus au moins une fois sur ce site en mai contre 1,295 millions en janvier 2006.

Rang	Marque (4)	Visiteurs Uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	16 777 000	17,9
2	Wanadoo	12 517 000	14,1
3	MSN	12 455 000	12,0
4	Free	12 273 000	8,3
5	Microsoft	12 014 000	7,5
6	Yahoo!	10 108 000	9,4
7	PagesJaunes	9 298 000	4,2
8	Mappy	7 516 000	2,5
9	eBay	7 249 000	8,7
10	Voila	7 219 000	5,6
11	impots.gouv.fr	6 569 000	2,2
12	Lycos Europe	6 065 000	3,8
13	Alice	5 492 000	6,1
14	L Internaute	5 455 000	3,0
15	voyages-sncf.com	5 276 000	2,7
16	La Redoute	4 890 000	2,8
17	Fnac	4 882 000	3,0
18	Cdiscount.com	4 830 000	3,2
19	TF1 Network	4 753 000	5,3
20	01Net	4 751 000	2,3
21	Wikipedia	4 663 000	2,0
22	Skyrock Network	4 588 000	6,9
23	ViaMichelin	4 441 000	2,2
24	PriceMinister	4 119 000	2,5
25	Amazon	3 876 000	2,2
26	Meteo France	3 753 000	5,1
27	Club-Internet	3 741 000	7,9
28	France Televisions	3 643 000	2,4
29	LA POSTE	3 586 000	6,2
30	AlloCine	3 504 000	2,8

Le Top 30 des sites les plus visités en France
Applications Internet incluses [3]

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail - Mai 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque [4]	Visiteurs uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	16 839 000	16,2
2	Microsoft	15 640 000	9,9
3	MSN	14 248 000	18,3
4	Wanadoo	12 907 000	15,8
5	Free	12 273 000	7,8
6	Yahoo!	10 329 000	8,9
7	PagesJaunes	9 298 000	4,0
8	Mappy	7 516 000	2,5
9	eBay	7 249 000	8,2
10	Voila	7 219 000	5,2
11	impots.gouv.fr	6 569 000	2,2
12	Lycos Europe	6 065 000	3,6
13	Alice	5 492 000	5,7
14	L Internaute	5 455 000	3,0
15	AOL	5 304 000	15,8
16	voyages-sncf.com	5 276 000	2,7
17	La Redoute	4 890 000	2,7
18	Fnac	4 882 000	3,0
19	Cdiscount.com	4 830 000	3,2
20	TF1 Network	4 753 000	5,0
21	01Net	4 751 000	2,3
22	Wikipedia	4 663 000	2,0
23	Skyrock Network	4 596 000	6,4
24	Real Network	4 589 000	5,7
25	ViaMichelin	4 441 000	2,2
26	eMule	4 304 000	19,0
27	PriceMinister	4 119 000	2,4
28	Apple	3 972 000	4,4
29	Amazon	3 876 000	2,2
30	Meteo France	3 753 000	5,0

Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service
Applications Internet exclues [3]

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Mai 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque [4]	Visiteurs Uniques [2]
1	Google	16 777 000
2	Wanadoo	12 517 000
3	MSN	12 455 000
4	Yahoo!	10 108 000
5	PagesJaunes	9 298 000
6	Mappy	7 516 000
7	Voila	7 219 000
8	Lycos Europe	6 065 000
9	Alice	5 492 000
10	L Internaute	5 455 000
11	TF1 Network	4 753 000
12	01Net	4 751 000
13	Skyrock Network	4 588 000
14	ViaMichelin	4 441 000
15	Club-Internet	3 741 000
16	France Televisions	3 643 000
17	LA POSTE	3 586 000
18	AlloCine	3 504 000
19	AOL(*)	3 450 000
20	Doctissimo Network	3 376 000
21	aufeminin.com	3 257 000
22	Orange	2 420 000
23	M6	2 309 000
24	Alapage	1 996 000
25	Le Monde	1 963 000
26	Infos-du-Net.com	1 948 000
27	LeGuide.com	1 928 000
28	lastminute.com Network	1 888 000
29	Boursorama	1 872 000
30	nouvelobs.com	1 833 000
31	Mistergooddeal	1 797 000
32	Le Figaro	1 778 000
33	Expedia	1 702 000
34	ZDNet	1 632 000
35	Shopping.com Network	1 535 000
36	Groupe Express-Expansion	1 303 000
37	Meetic	1 223 000
38	Presence PC	1 193 000
39	RTL net	1 168 000
40	Monsieur Prix	1 165 000
41	Le Journal du Net	1 145 000
42	Caradisiac	1 129 000
43	Webmarchand	1 047 000
44	Les Echos	1 012 000
45	Radio France	990 000
46	Sport24	989 000
47	CNET~	962 000
48	seloger.com	873 000
49	Lacentrale.fr	858 000
50	Anyway.com	814 000

* Hors AOL Propriétaire

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

(1) **Internautes** : la population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux (lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis…)

(2) **Visiteurs Uniques** : le nombre total d'individus ayant visité une brand au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité la même brand plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

(3) **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

(4) **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie est la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et Multimédias qui permet :

- de connaître et de mieux appréhender le média Internet avec « Les 30 Chiffres clés de l'Internet » qui regroupent l'essentiel des informations du média,
- d'analyser en profondeur l'équipement multimédias des foyers français et l'évolution de la population internaute et de ses usages, avec deux grands dispositifs de suivi barométrique : la Référence des Equipements Multimédias et l'Observatoire des Usages Internet,
- de comprendre les différentes caractéristiques des secteurs de l'Internet et du Multimédia avec des études thématiques dans les domaines de l'e-commerce, de la finance, des fournisseurs d'accès Internet, des services en ligne, de la téléphonie mobile,etc.

L'Observatoire des Usages Internet : réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias...Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

La Référence des Équipements Multimédias fournit la référence unique sur les équipements médias et multimédias des foyers français. Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.
L'étude simultanée des équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès à Internet permet d'obtenir une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français.

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 7 000 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Dans ce communiqué, seuls sont mentionnés les sites ayant eu au moins la visite de 40 panélistes sur la période de l'enquête.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise interprofessionnelle de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et interactifs. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet et les Nouveaux Médias.
En 2005, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 40,2 millions d'euros avec un effectif de 353 personnes.

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings qui commercialise et développe les résultats du service «Nielsen//NetRatings». Ce service permet de mesurer l'audience des sites Internet en France.

Pour toute information presse contacter :
Nelly DUBNER
Tél. : 01 47 58 97 26
Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : ndubner@mediametrie.fr
www.mediametrie.fr